

BAB VI

PENUTUP

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan Dan Saran

6.1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama terbukti, variabel bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang meliputi: produk (*product*) (X1), harga (*price*) (X2), distribusi (*place*) (X3) dan promosi (*promotion*) (X4), berpengaruh secara bergdanda terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan BNI Taplus pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Graha Pangeran Surabaya.
2. Hipotesis kedua terbukti variabel bauran bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang meliputi: produk (*product*) (X1), harga (*price*) (X2), distribusi (*place*) (X3) dan promosi (*promotion*) (X4), berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan BNI Taplus pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Graha Pangeran Surabaya.
3. variabel produk berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan BNI Taplus.

6.1.2 Saran

Saran yang dapat diberikan adalah bahwa untuk meningkatkan perolehan nasabah pada produk BNI Taplus.

1. Pihak pimpinan Bank BNI hendaknya melakukan perbaikan pada bauran pemasaran yang meliputi: produk (X1), harga (X2), distribusi (X3) dan promosi (X4).
2. Keempat variabel ini memberikan pengaruh kuat terhadap keputusan nasabah dalam memilih BNI Taplus. Dengan memberikan hal tersebut maka jumlah nasabah akan lebih meningkat.
3. Hendaknya pihak Bank BNI tetap mempertahankan upaya pada variabel produk jasa perbankan yang telah ada, dan harus terus berusaha untuk meningkatkannya. Karena produk adalah hal paling utama yang dipertimbangkan oleh nasabah untuk memilih produk tabungan BNI Taplus.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (1996). *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Cravens, D. W. (2000), *Strategic Marketing, 4th ed.* Burr Ridge, Illinois: Richard D. Irwin, Inc.
- Engel, J.F. dan Blackwell, R.D. (1982). *Consumer Behavior*. New York, Dryden Press.
- Effendi, Sofyan dan Masri Singarimbun. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Gujarati, Damodar, (1991), *Ekonometrika Dasar*, Terjemahan, Jakarta. Penerbit Erlangga,
- , (1992), *Ekonometrika Dasar II*, Terjemahan, Jakarta. Penerbit Erlangga,
- Ghozali, Imam, (2002), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. 53
- Haksever, Render, Russel, dan Murdick, (2000), *Market Driven Strategies Process for Creating Values*, The Free Press, New York.
- Howard, Sheth, Jagdish N, (1994), *The Surpluses and Shortages in Business-to-Business Marketing Theory and Research*. Journal of Business & Industrial Marketing, pp 422 – 427, 21/7.
- Hadjar Ibnu (1999). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Istijanto, (2005), *Riset Pemasaran Aplikasi Praktis*, Jakarta Penerbit Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philips, Armstrong, (2001), *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I*, Jakarta Penerbit Prentice Hall Intermedia
- , *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid II*, Jakarta Penerbit Prentice Hall Intermedia
- Kotler, Philips (2000), *Manajemen pemasaran I*, Edisi Indonesia Penerbit Simon & Schuster (Asia) Pte, Ltd

- Kotler, Philips (2001), *Manajemen pemasaran II*, Edisi Indonesia Penerbit simon & Schuster (Asia) Pte, Ltd
- Kotler, Philips. (1991), "*Megamarketing*", *Harvard Business Review*, March-April, pp. 117-124.
- Kotler Philips, AB Susanto, (2000), *Manajemen Pemasaran Di Indonesia Buku I*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat
- Kuncoro, Mudrajad, (2001), *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jogjakarta. Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Kasmir, (2008), *Pemasaran Bank*, Jakarta, Prenada Media Group Cetakan Ketiga
- Lamb, Hair, and Me Daniel, (2001). *Pemasaran*, Jakarta. PT Salemba Empat Patria.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta, Rineka Cipta.
- Loudan, David L. dan Bitta, Albert J. Della. (1984), *Consumer Bahavior: Concept and Application*. New York, McGraw-Hill.
- Mangkunegara Anwar, (1997) *Perilaku Konsumen*, Bandung PT Remaja Rosdakarya
- Nitisemito Alex, (1981), *Manajemen Suatu Dasar Dan Pengantar*, Jakarta, Ghalia Indonesia
- Negara I Gede Surya, (2001) Penelitian ini berjudul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Transportasi Jasa Kereta Api Agro Anggrek Surabaya-Jakarta. Tesis Unair
- McDonald, Malcolm H.B. dan Warren J. Keegan. (1999) *Marketing Plans That Work: Targetting Growth and Profitability*, Butterworth-Heinemann.
- Payne Woodruffe, Helen, (1993), *Service Marketing*, First Published, Pittman Publishing, London, United Kingdoom.
- Rosyidi Mahmud, (2001) Pengaruh Faktor-faktor persepsi konsumen terhadap perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian surat kabar (Jawa Pos dan Surya). Tesis. Unair.

- Sigit. Soehardi (2001). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial - Bisnis - Manajemen*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata.
- Swastha Basu, Irawan, (1998), *Manajemen Pemasaran Modern*, Jogyaakarta Penerbit Liberty
- Stanton, William J. (1992). *Manajemen dan Pemasaran*, Jakarta, Erlangga
- Subowo (2001), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memiliki Kartuplus Pada BNI Cabang Semarang. Tesis. S2 Unpaj
- Sugiyono, (1994), *Statistika Penelitian cetakan ketujuh*, Bandung Penerbit ALFABETA.
- Singarimbun, Efendi, (1989), *Metode Penelitian*, Jakarta Penerbit LP3ES.
- Suryabrata, (1990), *Peranan Staf dalam Manajemen*, Gunung Agung, Jakarta
- Santoso, Singgih. (2000). *SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta.PT. Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma. (2000) *Research Methods for Business, A Skill-Building Approach*. America: Thirt Edition, John Wiley & Sons, Inc.
- Sunu, Radio.(1995). *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Yogyakarta : BPFE, UGM .
- Swasta, Handoko T Hani. (1987). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, F. (1996a), *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. (1996b), *Srategi Bisnis dan Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Umar Husein, (2003),*Metode Riset Bisnis*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Tjiptono, F. DAN A. Diana (2006), *Total Quality Management*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.